

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การอ่านในโลกนี้น่าจะเริ่มแพร่หลายออกไปพร้อมกับการพิมพ์หนังสือในโลกตะวันตก แทนพิมพ์หนังสือแทนแรกของโลกเกิดโดย กูเทนแบร์ก ชาวเยอรมนี เมื่อห้าร้อยกว่าปีก่อน การผลิตซ้ำอย่างรวดเร็วจากการพิมพ์ได้ทำให้การอ่านหนังสือและความรู้แพร่หลายออกไปอย่างรวดเร็ว การพิมพ์หนังสือของชาวตะวันตกได้ทำให้วัฒนธรรมการอ่านของโลกตะวันตกแข็งแรงและยืนยาวนาน โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญคือยอดพิมพ์หนังสือของชาวตะวันตกสูงกว่าหนังสือไทยหลายสิบเท่ามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขณะที่โรงพิมพ์แห่งแรกของไทยเริ่มขึ้นใน โดยหมอบรัดเลย์ ในปี พ.ศ. 2382 สมัยรัชกาลที่สาม วัฒนธรรมการอ่านของคนไทยเริ่มขึ้นตั้งแต่ร้อยกว่าปีมาแล้วแต่ก็ยังไม่แข็งแรง และในช่วงแรกยังจำกัดอยู่ในหมู่ของชนชั้นสูง คนไทยทั่วไปได้อ่านหนังสือน้อยมาก ความรู้ ความคิด ความอ่านจึงมาจากพงศาวดารเป็นสำคัญ ขณะที่ความบันเทิงมาจากการดูมหรสพ ลิเก มากกว่าการอ่านนิยาย

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองครั้งสำคัญของประเทศไทยปี พ.ศ. 2475 การศึกษาขยายตัวออกไป และมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยหลายแห่ง หนังสือจึงได้แพร่กระจายออกไปสู่คนไทยมากขึ้น มีการพิมพ์หนังสือออกมาเพื่อการศึกษาและการแสวงหาความรู้ด้านต่างๆ แต่เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้คนไทยไม่ค่อยอยากอ่านหนังสือนั้น อาจจะมีสาเหตุมาจากอุปนิสัยของคนไทยตั้งแต่อดีต กล่าวคือ คนไทยมีนิสัยสบาย ๆ ไม่เคร่งเครียด ลักษณะนิสัยนี้ส่วนหนึ่งอาจจะถูกกำหนดมาจากสภาพแวดล้อมและภูมิประเทศ ที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ในเขตอุดมสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีแร่ธาตุ น้ำ อุดมสมบูรณ์ มีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย คนในภูมิภาคนี้จึงไม่ค่อยเดือดร้อนในการหาเลี้ยงชีพ และยังไม่ต้องผจญกับภัยจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาแผ่นดินไหว พายุไต้ฝุ่น ภูเขาไฟระเบิด หรือหิมะถล่ม จึงอยู่กันอย่างสบาย ๆ ไม่มีแรงบีบบังคับให้ต้องแสวงหาความรู้ หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อการอยู่รอด ขณะที่ผู้คนทางซีกโลกตะวันตกหรือแม้กระทั่งชาวญี่ปุ่น มักจะประสบกับปัญหาภัยธรรมชาติเป็นประจำ อีกทั้งในบางพื้นที่มีปัญหาการเพาะปลูก ทำให้คนเหล่านี้ต้องพยายามดิ้นรนค้นคว้า หาความรู้เพื่อการอยู่รอดของเผ่าพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบ้านให้มั่นคงเพื่อป้องกันแผ่นดินไหว หรือการออกแบบหลังคาให้ทนต่อหิมะถล่ม ฯลฯ ดังนั้นการหาความรู้ที่ดีคือการอ่านจากหนังสือ ซึ่งทำให้คนเหล่านี้มีนิสัยการอ่านมานานมาก

ดังนั้นความรู้ก็ถือว่าเป็นอาวุธสำคัญของมนุษย์ก็ว่าได้ แต่การได้มาซึ่งความรู้นั้นก็มีหลายวิธีด้วยกันและหนึ่งในจำนวนนั้นก็คือการอ่าน การอ่านหนังสือนั้นถือเป็นหัวใจหลักของการยกระดับความรู้ในแต่ละบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลนั้นก็จะมีลักษณะของการอ่านและประเภทหนังสือที่แตกต่างกันไปตามความชอบส่วนบุคคล ไม่ใช่สิ่งที่แปลกเลยถ้าคนมีการอ่านที่แตกต่างกันไป แต่สิ่งที่แปลกคือ “การที่คนไม่อ่านหนังสือ” ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญอย่างมากทั้งในระดับตัวบุคคลและประเทศ เพราะการอ่านนั้นจะทำให้เกิดการพัฒนาความรู้ของบุคคลนั้น ดังพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เกี่ยวกับการอ่าน ที่พระองค์ได้ทรงพระราชทานแก่คณะสมาชิกห้องสมุดทั่วประเทศที่เข้าเฝ้าเมื่อ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2514 ว่า หนังสือเป็นการสะสมความรู้ และทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ได้สร้างมา ทำมา คิดมาแต่โบราณกาลจนทุกวันนี้ หนังสือจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เป็นคล้ายๆ ธนาคารความรู้ และเป็นออมสิน เป็นสิ่งที่จะทำให้มนุษย์ก้าวหน้าได้โดยแท้ ในระดับบุคคลนั้นถ้าไม่อ่านหนังสือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตนเองอย่างยิ่ง ส่วนในระดับประเทศนั้น การที่คนในประเทศชาติไม่อ่านหนังสือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ

สอดคล้องกับคำกล่าวของ อติตประธานาธิบดี ริชาร์ด นิกสัน ของสหรัฐอเมริกา ที่เขียนไว้ในหนังสือที่ชื่อ ลีดเดอร์ ว่า การฟังวิทยุ และการดูโทรทัศน์นั้น ช่วยให้ได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็ว จนตามแทบไม่ทัน และส่วนใหญ่ฟังแล้วก็พลอยไป แต่การอ่านหนังสือ ทำให้คนอ่านต้องคิด หรือได้คิด ได้ตอบโต้แย้งพร้อมกันไป สร้างความคิด สร้างจินตนาการ และแรงบันดาลใจได้มากกว่าแค่การฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์ นิกสันยังสรุปอีกว่า ในบรรดาผู้นำต่างๆ ทั่วโลกที่เขาได้พบนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นนักอ่านหนังสือทั้งสิ้น ดังนั้นการอ่านหนังสือจึงเป็นเครื่องบ่งชี้่อีกอย่างหนึ่งว่า คนจะเป็นผู้นำคนได้นั้น ต้องมีคุณลักษณะของการต้องเป็นคนอ่านหนังสือ

สำหรับในประเทศไทย การอ่านหนังสือของประชาชนนั้นถือว่าน้อยมาก คือ เฉลี่ยปีละ 2 เล่ม เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ 40-50 เล่ม หรือ เวียดนาม 60 เล่ม หนังสือที่คนไทยนิยมอ่านคือ หนังสือการ์ตูน นิยายสารคดี ดารา แฟชั่น นิยายโรแมนติกแบบตลาด มากกว่าหนังสือที่ส่งเสริมความรู้ เช่นวรรณกรรมและสารคดี

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจการอ่านหนังสือในปี 2548 เรื่องเวลาที่ใช้อ่านหนังสือ โดยเฉลี่ยในแต่ละวันของผู้ที่ตอบสัมภาษณ์ พบว่า คนไทยใช้เวลาในการอ่านหนังสือโดยเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 1 ชั่วโมง 59 นาที ต่อมาในปี 2551 ก็พบว่าเวลาในการอ่านหนังสือเฉลี่ยในแต่ละวันคือ 39 นาทีต่อวัน เมื่อเปรียบเทียบกันพบว่าการอ่านหนังสือมีสถิติลดลงเป็นอย่างมาก และคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปอ่านหนังสือลดลง จากร้อยละ 69.1 ในปี 2548 เป็นร้อยละ 66.3 ในปี 2551 และพบว่ากลุ่มวัยเด็กมีอัตราการอ่านสูงสุด รองลงมาคือ กลุ่มเยาวชน, กลุ่มวัยทำงาน และ

กลุ่มวัยสูงอายุ แต่ทั้งนี้กลุ่มวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะเห็นว่าสถานการณ์การอ่านหนังสือของคนไทยนั้นกำลังที่จะเข้าขั้นเลวร้าย ซึ่งถ้าปัญหานี้ยังดำเนินต่อไปโทษของการที่คนไม่อ่านหนังสือ นั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ความเสียหายในส่วนบุคคลเท่านั้น แต่จะยังคงความเสียหายไปถึงประเทศชาติต่อไปอีกด้วย โดยมีรายละเอียดของจำนวนประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามการอ่านหนังสือกลุ่มอายุ ที่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2551 แสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 ดังนี้

ตาราง 1 แสดงร้อยละของประชากรที่อ่านหนังสืออายุ 6 ปีขึ้นไป

| ช่วงอายุ (ปี) | ร้อยละของประชากรที่อ่านหนังสือ | |
|---------------|--------------------------------|-----------|
| | พ.ศ. 2548 | พ.ศ. 2551 |
| 6 – 14 | 87.7 | 81.5 |
| 15 – 24 | 83.1 | 78.6 |
| 25 – 39 | 71.2 | 70.5 |
| 40 – 59 | 58.3 | 58.5 |
| 60 ขึ้นไป | 37.4 | 39.3 |
| รวม | 69.1 | 66.3 |

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551

สอดคล้องกับศรีปทุมโพลล์ โดยสำนักวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้สำรวจพฤติกรรมการอ่านของคนไทยในพ.ศ. 2552 ที่ผ่านมานี้ เนื่องจาก รัฐบาลประกาศให้การอ่านเป็นวาระแห่งชาติในปี พ.ศ. 2552 และ กำหนดทศวรรษการอ่านหนังสือ (พ.ศ. 2552-2561) ซึ่งได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3,000 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมานี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลจากการรณรงค์ให้คนไทยรักการอ่านของรัฐบาลแสดงรายละเอียดในตาราง 2 และตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 2 แสดงร้อยละของพฤติกรรมการซื้อหนังสือของคนไทย ปี 2553

| จำนวนหนังสือ | ร้อยละของประชาชนที่ซื้อหนังสือ |
|--------------|--------------------------------|
| 1 - 2 เล่ม | 33.7 |
| 3 - 4 เล่ม | 24.9 |
| 5 - 6 เล่ม | 14.3 |
| 7 - 8 เล่ม | 7.3 |
| 9 เล่มขึ้นไป | 9.8 |
| ไม่ซื้อเลย | 9.9 |

ที่มา: สำนักวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2553

ตาราง 3 แสดงร้อยละของสาเหตุที่คนไทยไม่ซื้อหนังสือ ปี 2553

| สาเหตุที่ไม่ซื้อหนังสือ | ร้อยละของประชาชนที่ไม่ซื้อหนังสือ |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| หาอ่านได้จากห้องสมุด/แหล่งอื่น | 22.6 |
| ไม่มีเวลา | 21.6 |
| ราคาแพง | 18.0 |
| ไม่ชอบอ่าน | 14.3 |
| ไม่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ | 13.3 |
| หนังสือส่วนใหญ่ไม่มีคุณภาพ | 5.0 |
| เหตุผลอื่นๆ | 2.6 |
| อ่านหนังสือไม่ออก | 2.5 |

ที่มา: สำนักวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2553

ถึงแม้ว่าเด็กและเยาวชนไทย ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 6-24 ปีจะมีอัตราการอ่านหนังสือที่สูงกว่าทุกวัย แต่ปัญหาที่พบก็คือ ในปี 2551 มีอัตราที่ลดลงจากปี 2548 มากกว่าในกลุ่มวัยอื่น ทั้งนี้เห็นได้ชัดยิ่งขึ้น เมื่อมีการเข้ามาแทนที่ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ตั้งแต่สื่อพื้นฐานอย่างเช่นวิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ หรือล่าสุดอย่างอินเทอร์เน็ต และเกมส์ออนไลน์ ที่ได้รับความสนใจจาก

เด็กและเยาวชนเป็นอย่างมากจนกลายเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคข่าวสารให้กับประชาชน โดยเฉพาะวัยเยาวชนหรือวัยรุ่น ที่หลงใหลในเทคโนโลยีจนกลายเป็นกระแสแฟชั่น ซึ่งนับว่าเป็นจุดอันตรายอย่างยิ่งของกลุ่มคนที่จะไปสู่ปัญญาชนในสังคมไทย

ดังนั้น เพื่อสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการอ่าน ซึ่งก็คือว่าเป็นการแก้ไขปัญหาที่ดี อีกทั้งการเดินหน้าผลักดันให้เยาวชนไทยรักการอ่านหนังสือนั้น ยังคงต้องมีแนวคิดและกลวิธีที่มากกว่าการเชิญชวน ซึ่งเชื่อว่าวิกฤติการอ่านที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้คงไม่สายเกินแก้ ด้วยเหตุนี้ จึงนำมาซึ่งสาเหตุที่ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบกลยุทธการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย และเมื่อคนไทยอ่านหนังสือเพิ่มมากขึ้นแล้วก็จะส่งผลให้ประเทศมีประชากรที่มีคุณภาพ มีสติปัญญา และความรอบรู้ ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยให้เจริญรุ่งเรืองอย่างยั่งยืนต่อไป

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาในการอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
3. เพื่อพัฒนากลยุทธการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยเยาวชน (Focus Group) ซึ่งกำหนดโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยมีอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะศึกษาถึงปัญหาและพฤติกรรมในการอ่านหนังสือของเยาวชนไทยและรวมไปถึงผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่มีส่วนในการพัฒนากลยุทธการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
2. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
4. เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศไทยต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวทางและวิธีการดำเนินงานที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ในปัจจุบัน เป็นวิธีการที่ต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication; IMC) หมายถึง การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด อาทิเช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงกิจกรรม การตลาดเจาะตรง การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน เป็นต้น ประสมประสานเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดพลังกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างที่เราต้องการ

การรณรงค์ (Campaign) หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่มีกิจกรรมของการโน้มน้าวใจเข้าไปเกี่ยวข้อง มีจุดประสงค์เพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเปลี่ยนความเชื่อทัศนคติหรือพฤติกรรม

การอ่านหนังสือ หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดความหมายจากตัวอักษรออกมาเป็นความคิดและจากความคิดที่ได้จากการอ่านผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่เป็นเครื่องช่วยพิจารณาตัดสินใจแล้วนำแนวคิดที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อได้ และการอ่านหนังสือ โดยสำนักสถิติแห่งชาติซึ่งจะนำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การอ่านหนังสือทุกประเภทนอกเวลาเรียน/นอกเวลาทำงาน รวมทั้งการอ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ซีดี ฯลฯ ยกเว้น SMS หรือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เยาวชนไทย คือ กลุ่มวัย ซึ่งกำหนดโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยมีอายุระหว่าง 15-24 ปี